

**VOLUME IV**

**TURISMO**

**PARTE D**

**CONTRIBUTOS PARA A INTERVENÇÃO**

**UMA APLICAÇÃO DE MARKETING TERRITORIAL**

## ÍNDICE

1. PLANO DE MARKETING TERRITORIAL .....	3
1.1. Visão e Objectivos .....	3
1.2. Elaboração da Estratégia .....	4
2. Plano de Acção .....	5
3. Implementação e Controle .....	15

## 1. PLANO DE MARKETING TERRITORIAL

### 1.1. Visão e Objectivos

O Município de Beja oferece uma localização geográfica privilegiada, muito espaço, razoáveis acessibilidades e condições ambientais e de vivência social ainda preservadas.

Objectivos Fundamentais	Objectivos Instrumentais
Qualificação e capacitação técnica das pessoas;	Manter e desenvolver as estruturas de ensino técnico, profissional e superior;
Melhoria das acessibilidades e desenvolvimento da rede urbana;	Melhoria das ligações entre núcleos urbanos na zona e dos caminhos rurais; Empenhamento em projectos de grande dimensão cuja realização e/ou aproveitamento são considerados relevantes: IP8, Aeroporto de Beja, Porto de Sines;
Criação de uma base industrial que possibilite a transformação local dos produtos agro-alimentares e estimule a pluriactividade dos agricultores como forma de manter a gestão agrícola do espaço rural;	Criação de um gabinete de apoio empresarial capaz de assistir aos empresários na formulação de projectos de nichos de mercado com vantagens competitivas, na negociação do respectivo financiamento e na estruturação interna das empresas de um modo eficiente;
Melhoria da infra-estrutura turística;	Apoiar a criação de unidades de alojamento desde que devidamente enquadradas nas características do Município; Aproveitar os parques e as áreas verdes para a realização de eventos; Dinamizar, numa óptica de mercado, a utilização do Parque de Feiras e Exposições; Apostar na formação de guias regionais e locais; Melhorar a informação turística disponibilizada, adequando-a ao tipo de mercado que se pretenda atingir (de momento, existe falta de dados sobre esta matéria);
Atrações: dinamização da cidade e das freguesias rurais	Criar programas com suporte na divulgação da história e no passado do Município que, com base em itinerários e com a ajuda de guias especializados, levem à dinamização e ao aproveitamento de diversos equipamentos actualmente disponíveis;
Concorrência	Retomar as conclusões deste trabalho para lhe dar continuação e proceder à resolução dos problemas agora identificados – entre outros aspectos, dever-se-á identificar, caracterizar e propor soluções “de convívio” com os concorrentes;
Gestão adequada do sistema de turismo;	Aproveitar os recursos existentes e classificados com valor como recursos turísticos para definir produtos turísticos de matriz territorial e realizar as parcerias necessárias à sua concretização e implementação; Melhorar a organização ao nível do marketing e da promoção; Aumentar a capacidade negocial junto dos operadores

	turísticos
Captação de investimento produtivo adaptado à pequena e média iniciativa empresarial em mercados tradicionais ou em áreas diferentes, sempre que apresentem uma ligação ao mercado turístico,	Criação de incentivos fiscais à localização das empresas nos parques empresariais/industriais, em Beja e nas freguesias rurais;
Criar incentivos à fixação e aumento da população em Beja e, especialmente nas freguesias rurais;	Isenção do IMT entre os 18 e os 35 anos para compra de habitação própria e permanente; Venda de terrenos para construção de habitação própria e permanente nas freguesias rurais por valores atractivos; Apoiar a recuperação de casas degradadas; Criação de incentivos à natalidade traduzidos numa prestação mensal para a frequência de creches, infantários ou estabelecimentos similares, nomeadamente nas freguesias rurais.

## 1.2. Elaboração da Estratégia

Salienta-se, em primeiro lugar, que os objectivos propostos envolvem diversos aspectos ao nível da estruturação do Município e ultrapassam, por isso, a área do turismo. Dado as variadas interligações que a actividade turística estabelece com os restantes sectores económicos, assim como o grau incipiente de desenvolvimento turístico que o Município apresenta, seria impossível não focalizar aspectos cuja resolução se entende determinante para a criação e consolidação de estruturas eficazes. Todavia, ao nível das opções estratégicas, focalizou-se exclusivamente o sector do turismo.

Assim, começa-se por afirmar que existem dois factores que são determinantes para a opção estratégica que agora se propõe: o primeiro, tem a ver com o facto dos resultados da pesquisa realizada à procura evidenciar um perfil de turista com uma formação média, baixo rendimento e pouco disponível para gastar em alojamento, alimentação e entretenimento; o segundo, prende-se com a intenção de aproveitar o resultado das iniciativas desenvolvidas até agora para a promoção do turismo no Município.

Assim, entendeu-se propor, para o primeiro caso, uma estratégia de desenvolvimento de mercados – com o objectivo de reunir recursos e meios e captar o investimento para o desenvolvimento de estruturas de mercado, de parcerias e de penetração em novos canais de distribuição de forma a desenvolver novas capacidades comerciais assim

como novas bases de clientes turistas, com o aproveitamento da capacidade e do *Know-How* da oferta actualmente existente.

No que respeita ao segundo caso, propõe-se uma estratégia de desenvolvimento de produtos a fim de criar ou redefinir novos produtos de matriz territorial e comercializá-los, aproveitando as estruturas de mercado actualmente existentes assim como a base de turistas actuais.

No âmbito da estratégia de desenvolvimento de mercados é condição *sine qua non* proceder ao aumento da cobertura geográfica do mercado emissor, nomeadamente, Portugal, Reino Unido, Holanda e outros, de forma a minimizar a forte dependência do mercado espanhol; há também que proceder à identificação e exploração de novos segmentos de mercado assim como à penetração em novos circuitos comerciais.

No que respeita à aplicação da estratégia de desenvolvimento de produtos, ao nível tático e com vista à concepção ou redefinição de produtos turísticos de matriz territorial, há que tentar compatibilizar os diversos elementos do compósito turístico, do território e as características dos segmentos de mercado identificados como potenciais compradores. Aspectos como a melhoria da qualidade, mais e melhor performance em termos funcionais ou ainda, alterações ao nível tecnológico, devem ser tidos em linha de conta.

## 2. PLANO DE ACÇÃO

Depois dos objectivos e das estratégias estarem articulados e instrumentalizados, há que conferir uma execução tática ao proposto envolvendo recursos e meios de acordo com as orientações estratégicas.

O plano de acção define acções, programas e campanhas que concretizam, no terreno, ou seja, no mercado, os resultados, compatibilizando-os com as estratégias e objectivos definidos, escalonando-os no tempo de forma a otimizar a sua execução. Foram assim criadas as seguintes fichas de acção:

### FICHA DE ACÇÃO

#### Programa de Acção nº 1

**Designação:** Avaliação da oferta formativa actualmente disponível do Município ao nível técnico, profissional e superior no sentido de verificar se as formações existentes são adequadas às necessidades regionais e locais

**Descrição:** Verificar se as formações existentes são adequadas às necessidades regionais e locais

Objectivos Fundamentais:		Objectivos Instrumentais	
Qualificação e capacitação técnica das pessoas		Manter e desenvolver as estruturas de ensino técnico, profissional e superior no sentido de melhorar a sua prestação ao nível do contributo para o enriquecimento da massa crítica no Município e na região.	
Condicionantes:	Dependências:	Interligações:	
		Centro de Emprego de Beja Centro de Formação Profissional de Beja Escola Profissional Bento de Jesus Caraça Instituto Nacional de Formação Turística Instituto Politécnico de Beja Região de Turismo do Alentejo	
Resultados Esperados:		Custos Previsionais	
Melhor ajustamento entre a oferta formativa disponibilizada e as necessidades regionais e locais			

FASES				
Nº	Designação	Início	Fim	Observações
1	Avaliação da informação disponível (oferta formativa/necessidades regionais e locais)	Set 2007	Set 2007	
2	Realizar reuniões individuais com as variadas entidades	Out 2007	Out 2007	
3	Elaborar relatório	Out 2007	Out 2007	
4	Discutir relatório com as diversas entidades envolvidas	Nov 2007	Nov 2007	
5	Elaborar relatório definitivo, envolvendo todos os parceiros, com propostas concretas	Nov 2007	Nov 2007	

**Observações:**

As datas apresentadas são previsíveis em virtude de, neste momento, estar em curso a revisão do Plano Regional de Ordenamento do Território, o que implicou uma desaceleração dos trabalhos de revisão do PDM, devido ao enquadramento deste último no primeiro.

**Data:**

## FICHA DE ACÇÃO

### Programa de Acção nº 2

**Designação:** Estimular a discussão sobre a necessidade de melhorar as acessibilidades e da rede urbana

**Descrição:** Envolver todo a Câmara Municipal de Beja e as diversas freguesias do Município ma discussão sobre este tema, averiguar as necessidades prioritárias e acompanhar os variados projectos.

Objectivos Fundamentais:		Objectivos Instrumentais	
Conseguir melhorar as diferentes ligações; Posicionar-se como um elemento de acompanhamento e pressão relativamente ao tratamento de projectos considerados estruturantes para o Município, como sejam, a construção do IP8, Aeroporto de Beja e Porto de Sines		Melhoria das ligações entre os núcleos urbanos no Município e caminhos rurais Empenhamento em projectos de grande dimensão cuja realização e/ou aproveitamento são considerados relevantes: IP8, Aeroporto de Beja, Porto de Sines	
Condicionantes:	Dependências:	Interligações:	
		- Câmara Municipal de Beja - Juntas de Freguesia do Município - Órgãos de Governo	
Resultados Esperados:		Custos Previsionais	
Conseguir melhorar as ligações consideradas prioritárias e cuja obra seria concretizável no espaço de um ano; Pressionar no sentido de contribuir para a resolução dos projectos estruturantes			

#### FASES

Nº	Designação	Início	Fim	Observações
1	Reunião Câmara Municipal de Beja e Juntas de Freguesia para identificar obras prioritárias e partilha de orçamento	Set 2007	Set 2007	Reuniões intercalares sempre que se justifique
2	Início das obras	Out 2007	Out 2007	
3	Conclusão das obras	Set 2007	Set 2007	
4	Acompanhamento dos projectos estruturantes	Set 2007	Set 2007	

#### Observações:

As datas apresentadas são previsíveis em virtude de, neste momento, estar em curso a revisão do Plano Regional de Ordenamento do Território, o que implicou uma desaceleração dos trabalhos de revisão do PDM, devido ao enquadramento deste último no primeiro.

#### Data:

## FICHA DE ACÇÃO

### Programa de Acção nº 3

**Designação:** Estimular a criação de uma base industrial

**Descrição:** Contribuir para o aumento do tecido industrial no Município de Beja através da inventariação de condições de financiamento, acompanhamento de projectos e estruturação de empresas que possibilitem à Câmara Municipal de Beja atrair a Instalação de empresas de base produtiva no parque industrial/empresarial

Objectivos Fundamentais:		Objectivos Instrumentais	
Criação de uma base industrial que possibilite a transformação local dos produtos agro-alimentares e estimule a pluriactividade dos agricultores como forma de manter a gestão agrícola do espaço rural		Criação de um Gabinete de apoio empresarial capaz de assistir aos empresários na formulação de projectos de nichos de mercado com vantagens competitivas, na negociação do respectivo financiamento e na estruturação das empresas de um modo eficiente	
Condicionantes:	Dependências:	Interligações:	
Resultados Esperados:		Custos Previsionais	
Maior e melhor estruturada dinâmica empresarial			

#### FASES

Nº	Designação	Início	Fim	Observações
1	Averiguar as possibilidades do projecto ser integrado numa linha de financiamento	Set 2007	Set 2007	Reuniões intercalares sempre que se justifique
2	Afectação da responsabilidade do projecto inicialmente a um indivíduo	Out 2007	Nov 2007	
3	Divulgação do Gabinete	Nov 2007	Nov 2007	
4				

#### Observações:

As datas apresentadas são previsíveis em virtude de, neste momento, estar em curso a revisão do Plano Regional de Ordenamento do Território, o que implicou uma desaceleração dos trabalhos de revisão do PDM, devido ao enquadramento deste último no primeiro

As datas propostas poderão ser alteradas de acordo com os resultados obtidos na fase 1.

#### Data:



## FICHA DE ACÇÃO

### Programa de Acção nº 4

**Designação:** Infra-estrutura turística

**Descrição:** Aproveitamento e desenvolvimento de alguns aspectos relacionados com a infra-estruturação turística do Município

Objectivos Fundamentais:		Objectivos Instrumentais	
Melhoria da infra-estrutura turística		Apoiar a criação de unidades de alojamento desde que devidamente enquadradas nas características do Município; Aproveitar os parques e áreas verdes para a realização de eventos; Dinamizar, numa óptica de mercado, a utilização do Parque de Feiras e Exposições; Apostar na formação de guias regionais e locais; Melhorar a informação turística disponibilizada (depois de existir mais informação sobre os segmentos de procura)	
Condicionantes:	Dependências:	Interligações:	
Resultados Esperados:		Custos Previsionais	
Definir, com maior exactidão, a base sobre a qual se desenvolve a actividade turística da região.			

### FASES

Nº	Designação	Início	Fim	Observações
1	Opinar quanto à criação de unidades de alojamento ou outros projectos turísticos cuja instalação se procure fazer no Município de acordo com o disposto nos documentos de suporte à revisão do PDM	Set 2007	Set 2008	Reuniões intercalares sempre que se justifique
2	Criar programas de dinamização do Município	Set 2007	Set 2008	
3	Colocar o Parque de Feiras e Exposições no circuito de comercialização deste tipo de infra-estruturas	Nov 2007	Nov 2007	
4	Averiguar a possibilidade de realização de cursos de guias regionais e locais	Set 2007	Dez 2007	
5	Melhorar a informação turística disponibilizada a)	Set 2007	Out 2007	

### Observações:

As datas apresentadas são previsíveis em virtude de, neste momento, estar em curso a revisão do Plano Regional de Ordenamento do Território, o que implicou uma desaceleração dos trabalhos de revisão do PDM, devido ao enquadramento deste último no primeiro

As datas propostas poderão ser alteradas de acordo com os resultados obtidos na fase 1.

### Data:

## FICHA DE ACÇÃO

### Programa de Acção nº 5

**Designação:** Criação de programas de animação cultural e turística (atracções)

**Descrição:** Conferir “vida” aos monumentos e usar diversos equipamentos e infra-estruturas para divulgar a história do Município, criando programas de entretenimento devidamente acompanhados por guias.

Objectivos Fundamentais:		Objectivos Instrumentais	
Dinamização da cidade e das freguesias rurais		Criar programas com suporte na divulgação da história e no passado do Município que, com base em itinerários e com a ajuda de guias especializados, levem à dinamização e ao aproveitamento de diversos equipamentos actualmente disponíveis	
Condicionantes:	Depêndências:	Interligações:	
	Da vontade e colaboração dos diversos intervenientes		
Resultados Esperados:		Custos Previsionais	
Contribuir para a melhor formação das crianças Em termos turísticos, aumentar os fluxos de visitantes ao Município Aumentar as receitas em alojamento, alimentação, entretenimento e compras			

#### FASES

Nº	Designação	Início	Fim	Observações
1	Concepção e orçamentação do programa	Set 2007	Out 2008	
2	Apresentação do programas aos intervenientes. Busca da sua adesão	Nov 2007	Nov 2007	
3	Reajuste e montagem do projecto	Nov 2007	Dez 2007	
4	Teste experimental do projecto junto ao público escolar	Dez 2007	Dez 2007	
5	Apresentação do mesmo na Bolsa de Turismo de Lisboa de 2008	Jan. 2008	Jan. 2008	

#### Observações:

As datas apresentadas são previsíveis em virtude de, neste momento, estar em curso a revisão do Plano Regional de Ordenamento do Território, o que implicou uma desaceleração dos trabalhos de revisão do PDM, devido ao enquadramento deste último no primeiro

#### Data:

## FICHA DE ACÇÃO

### Programa de Acção nº 6

**Designação:** Identificação e análise da concorrência do Município

**Descrição:** Há que identificar quais os municípios que concorrem directa e indirectamente com o Município de Beja, qual a sua imagem de marca e qual o seu posicionamento perante o mercado.

Objectivos Fundamentais:		Objectivos Instrumentais	
Determinar o posicionamento do Município de Beja no mercado turístico.			
Condicionantes:	Dependências:	Interligações:	
	Realização de um estudo preliminar de identificação e caracterização dos segmentos de mercado que melhor respondem à oferta turística que se pretende conceber		
Resultados Esperados:		Custos Previsionais	
Determinar os factores de identificação do Município de Beja como base para a segmentação e posicionamento; estruturar, a partir daí, as variáveis do mix do turismo ( incluindo, people, partnership, packaging)			

### FASES

Nº	Designação	Início	Fim	Observações

### Observações:

As datas apresentadas são previsíveis em virtude de, neste momento, estar em curso a revisão do Plano Regional de Ordenamento do Território, o que implicou uma desaceleração dos trabalhos de revisão do PDM, devido ao enquadramento deste último no primeiro.

Este trabalho só deve ser realizado a partir dos resultados agora aferidos ao nível da identificação de problemas, envolvendo novas pesquisas e planeamento.

### Data:

## FICHA DE ACÇÃO

### Programa de Acção nº 7

**Designação:** Gestão do sistema de turismo

**Descrição:** Concepção de produtos turísticos de matriz territorial e captação de investimento para desenvolvimento de estruturas de mercado, de parcerias, com base no Know How existente

Objectivos Fundamentais:		Objectivos Instrumentais	
Gerir, adequadamente, o sistema de turismo		Aproveitar os recursos existentes e classificados com valor como recursos turísticos para definir produtos de matriz territorial e realizar as parcerias necessárias à sua implementação; Melhorar a organização ao nível do marketing e da promoção; Aumentar a capacidade negocial junto dos operadores turísticos.	
Condicionantes:	Dependências:	Interligações:	
Resultados Esperados:		Custos Previsionais	
Melhorar o aproveitamento dos recursos classificados; Atrair investimento e fixar pessoas, especialmente nas freguesias rurais; Melhorar a gestão ao nível do sistema de turismo			

### FASES

Nº	Designação	Início	Fim	Observações
1	Conceber itinerários com base no património edificado, nos vinhos, nos queijos e nos moinhos de água			
2	Com base nos itinerários, conceber programas que envolvam também alojamento, alimentação e entretenimento			
3	Negociar com os variados intervenientes			
4	Apresentar, quer os itinerários quer os programas, junto dos operadores turísticos			
5	Convidá-los para fazerem a experiência			

### Observações:

As datas apresentadas são previsíveis em virtude de, neste momento, estar em curso a revisão do Plano Regional de Ordenamento do Território, o que implicou uma desaceleração dos trabalhos de revisão do PDM, devido ao enquadramento deste último no primeiro.

Em virtude de este ser um programa mais ambicioso que o programa de acção 5 mas que, de qualquer das formas, lhe dá continuidade, entende-se que o mesmo só deveria ser iniciado depois de se ter realizado, com sucesso, a experiência com o primeiro

### Data:

## FICHA DE ACÇÃO

### Programa de Acção nº 8

**Designação:** Captação de investimento empresarial em mercados tradicionais e também noutros mercados

**Descrição:** Atrair a fixação de empresas de pequena e média dimensão que dinamizem os mercados tradicionais do Município, procedendo à revalorização das profissões e produtos tradicionais mas, simultaneamente, estar aberto a novas propostas.

Objectivos Fundamentais:		Objectivos Instrumentais	
Captação de investimento produtivo adaptado à pequena e média iniciativa empresarial em mercados tradicionais ou em áreas diferentes, sempre que apresentem uma ligação ao mercado turístico		Criação de incentivos fiscais à localização das empresas nos parques empresariais/industriais (em particular), em Beja e nas freguesias rurais	
Condicionantes:	Dependências:	Interligações:	
Resultados Esperados:		Custos Previsionais	
Atrair investimento Maior poder de compra Mais pessoas Aumentar a massa crítica Dinamizar o Município Obstar à desertificação das freguesias rurais			

#### FASES

Nº	Designação	Início	Fim	Observações
1	Divulgação da iniciativa através da Internet e realização de press-releases para os principais media	Out 2007	Out 2007	
2	Avaliação dos resultados	Out 2007	Set 2008	

#### Observações:

As datas apresentadas são previsíveis em virtude de, neste momento, estar em curso a revisão do Plano Regional de Ordenamento do Território, o que implicou uma desaceleração dos trabalhos de revisão do PDM, devido ao enquadramento deste último no primeiro.

#### Data:

## FICHA DE ACÇÃO

### Programa de Acção nº 9

**Designação:** Incentivos à fixação e aumento da população

**Descrição:** Conseguir atrair e fixar pessoas (nomeadamente jovens casais) e, conseqüentemente mais massa crítica, no Município;

Objectivos Fundamentais:		Objectivos Instrumentais	
Criar incentivos à fixação e aumento da população no Município e, especialmente, nas freguesias rurais		Isenção de IMT entre os 18 e os 35 anos para compra de habitação própria e permanente; Venda de terrenos para construção de habitação própria e permanente nas freguesias rurais por valores atractivos; Apoiar a recuperação de casas degradadas; Criação de incentivos à natalidade traduzidos numa prestação mensal para a frequência de creches, infantários ou estabelecimentos similares, nomeadamente nas freguesias rurais	
Condicionantes:	Dependências:	Interligações:	
Resultados Esperados:		Custos Previsionais	
Atrair e fixar casais jovens especialmente nas freguesias rurais e, simultaneamente, incentivar o aumento da natalidade			

### FASES

Nº	Designação	Início	Fim	Observações
1	Divulgação da iniciativa através da Internet e realização de press-releases para os principais media	Out 2007	Out 2007	
2	Avaliação dos resultados	Out 2007	Set 2008	

### Observações:

As datas apresentadas são previsíveis em virtude de, neste momento, estar em curso a revisão do Plano Regional de Ordenamento do Território, o que implicou uma desaceleração dos trabalhos de revisão do PDM, devido ao enquadramento deste último no primeiro.

### Data:

## CALENDÁRIO DE ACÇÕES

ACÇÕES DE MARKETING	MESES													
	SET 07	OUT 07	NOV 07	DEZ 07	JAN 08	FEV 08	MAR 08	ABR 08	MAI 08	JUN 08	JUL 08	AGO 08	SET 08	
1														
2														
3														
4														
5														
6*														
7**														
8														
9														

\* Este trabalho só deve ser realizado a partir dos resultados agora aferidos envolvendo novas pesquisas e planeamento.

\*\* Este trabalho só deve ser realizado depois de obtidos os resultados da Acção nº 5.

### 3. IMPLEMENTAÇÃO E CONTROLE

De forma a prevenir eventuais desvios ao planeado e minimizar os riscos de actuação, propõe-se a realização de planos de contingência, cujo modelo se apresenta seguidamente no Quadro 8. Dado que as propostas estão a ser feitas com um afastamento temporal considerável relativamente à sua eventual aplicação, não seria razoável estar já a fazer o preenchimento dos mesmos.

Deve-se, por isso, realizar essa tarefa o mais próximo possível da data de início das acções e/ou sempre que surja uma nova situação que possa pôr em causa o planeado.

Variável	Definição da ocorrência de risco	Medidas a tomar

No que respeita ao controle da implementação das acções e obtenção dos resultados previstos, este deve ser feito com intervalos temporais considerados razoáveis por forma a ser possível tomar medidas correctivas e/ou até preventivas capazes de minimizar ou recuperar as situações de desvio.

Propõe-se, no Quadro 9., um modelo de ficha de controle do trabalho desenvolvido por forma a ter o maior domínio possível de todo o processo.

Quadro 9. Modelo de Ficha de Controle

Controlo da Situação	Avaliação face ao Previsto			Observações
	Melhor	Igual	Pior	
Acções	Realização		Avaliação dos seus contributos para as Estratégias	
	Prevista	Realizada		